MODEL PENGEMBANGAN PAKET WISATA BERBASIS KEARIFAN LOKAL MELALUI REVITALISASI *CITY TOUR* DALAM UPAYA MENDUKUNG *SMART TOURISM* DI SEMARAPURA

KARYA ILMIAH YANG DIAJUKAN UNTUK MENGIKUTI PEMILIHAN MAHASISWA BERPRESTASI TINGKAT NASIONAL

OLEH

PUTU ENI OKTAVIANI

16.2.2.1.029

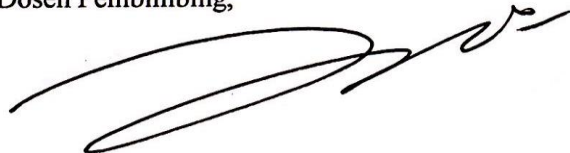
DIV MANAJEMEN PARIWISATA

SEKOLAH TINGGI PARIWISATA BALI INTERNASIONAL

DENPASAR

2019

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Karya Tulis	: Model Pengembangan Paket Wisata Berbasis Kearifan Lokal Melalui Revitalisasi *City Tour* Dalam Upaya Mendukung *Smart Tourism* Di Semarapura
Bidang Karya Tulis	: Pariwisata
Nama	: Putu Eni Oktaviani
NIM	: 16.2.2.1.029
Program Studi	: DIV Manajemen Pariwisata
Fakultas	: Pariwisata
Universitas/Institut	: Sekolah Tinggi Pariwisata Bali Internasional
Dosen Pembimbing	: Komang Trisna Pratiwi Arcana, SST.Par., M.Par., M.Rech
NIP/NIDN	: 0831018801

Denpasar, 15 April 2019

Dosen Pembimbing,

Komang Trisna Pratiwi Arcana, SST.Par., M.Par., M.Rech
NIP/NIDN : 0831018801

Mahasiswa,

Putu Eni Oktaviani
NIM. 16.2.2.1.029

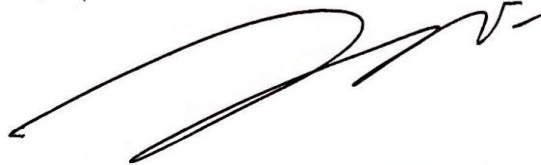
KaBag PKN dan Kemahasiswaan,

SEKOLAH TINGGI PARIWISATA BALI INTERNASIONAL
QUALITY IS OUR PRIME CONCERN
THE INTERNATIONAL BALI TOURISM INSTITUTE

I Nyoman Sudiarta., S.E, M.M., CHT
NIP/NIDN : 2005.0073

SURAT PERNYATAAN

Saya bertanda tangan di bawah ini:

Nama	: Putu Eni Oktaviani
Tempat/Tanggal Lahir	: Dusun Kebek, 12 Oktober 1998
Program Studi	: DIV Manajemen Pariwisata
Fakultas	: Pariwisata
Perguruan Tinggi	: Sekolah Tinggi Pariwisata Bali Internasional
Judul Karya Tulis	: Model Pengembangan Paket Wisata Berbasis Kearifan Lokal Melalui Revitalisasi *City Tour* Dalam Upaya Mendukung *Smart Tourism* di Semarapura

Dengan ini menyatakan bahwa Karya Tulis yang saya sampaikan pada kegiatan Pilmapres ini adalah benar karya saya sendiri tanpa tindakan plagiarisme dan belum pernah diikutsertakan dalam lomba karya tulis.

Apabila di kemudian hari ternyata pernyataan saya tersebut tidak benar, saya bersedia menerima sanksi dalam bentu pembatalan predikat Mahasiswa Berprestasi.

Denpasar, 15 April 2019

Mengetahui,
Dosen Pendamping

Yang menyatakan

METERAI TEMPEL
TGL. 20
3B6EBAFF581784192
6000
ENAM RIBU RUPIAH

Komang Trisna Pratiwi Arcana, SST.Par., M.Par., M.Rech
NIP/NIDN: 0831018801

Putu Eni Oktaviani
NIM. 16.2.2.1.029

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Ida Sang Hyang Widhi Wasa Tuhan Yang Maha Esa, karena berkat *asung kertha wara nugrahan*-nyalah penulis dapat menyelesaikan Karya Tulias Ilmiah dengan judul "Model Pengembangan Paket Wisata Berbasis Kearifan Lokal Melalui Revitalisasi *City Tour* Dalam Upaya Mendukung *Smart Tourism* di Semarapura". Dengan selesainya Karya Tulis ini, penulis mengucapkan terima kasih kepada yang terhormat :

1. Kementrian Riset Teknologi dan Pendidikan Tinggi Republik Indonesia selaku penyelenggara Pemilihan Mahasiswa Berprestasi Nasional 2019.
2. Bapak I Made Sujana SE., MM., CHT., CHA selaku Ketua Sekolah Tinggi Pariwisata Bali Internasional yang telah memberikan izin dan memfasilitasi penulis dalam penulisan karya tulis ini.
3. Ibu Komang Trisna Pratiwi Arcana, SST.Par., M.Par., M.Rech selaku Ketua Program Studi DIV Manajemen Pariwisata yang dengan sabar membimbing penulis dalam proses penyusunan karya tulis ini.
4. Bapak Nengah Ledang selaku Pengelola Daya Tarik Wisata Tukad Unda yang telah memberikan informasi terkait data yang diperlukan dalam penulisan karya tulis ini.
5. Bapak I Putu Ariadi selaku Kepala Desa Paksebali yang telah memberikan informasi terkait data yang diperlukan dalam penulisan karya tulis ini
6. Bapak Nyoman Sindu selaku pengelola Daya Tarik Wisata Goa Jepang yang telah memberikan informasi terkait data yang diperlukan dalam penulisan karya tulis ini
7. Bapak Nengah selaku Pengelola Daya Tarik Wisata Museum Nyoman Gunarsa yang telah memberikan informasi terkait data yang diperlukan dalam penulisan karya tulis ini
8. Bapak Astika selaku Kepala Desa Kamasan yang telah memberikan informasi terkait data yang diperlukan dalam penulisan karya tulis ini

9. Bapak I Made Sondra selaku Pengrajin souvenir di Desa Kamasan yang telah memberikan informasi terkait data yang diperlukan dalam penulisan karya tulis ini
10. Bapak I Putu Adi Arya Saputra selaku Pemandu Wisata *City Tour* yang telah memberikan informasi terkait data yang diperlukan dalam penulisan karya tulis ini
11. Bapak I Ketut Edi Saputra selaku Kasir Tiket *City Tour* yang telah memberikan informasi terkait data yang diperlukan dalam penulisan karya tulis ini

Serta pihak-pihak lain yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu atas segala dukungan, bimbingan dan bantuan yang telah diberikan.

Penulis menyadari bahwa karya tulis yang penulis susun ini masih jauh dari kesempurnaan karena keterbatasan dan kekurangan yang penulis miliki. Semoga karya tulis yang penulis susun ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca. Oleh karena itu kritik dan saran sangat penulis harapkan demi penyempurnaan karya tulis ini. Atas segala perhatiannya penulis ucapkan terima kasih.

Denpasar, 15 April 2019

Penulis

Putu Eni Oktaviani

DAFTAR ISI

DAFTAR GAMBAR

DAFTAR TABEL

BAB I
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pesatnya perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah banyak mempengaruhi bisnis dan kehidupan sosial masyarakat, termasuk industri pariwisata. Seperti yang dinyatakan oleh Widjaja, et al. (2016), salah satu cara untuk meningkatkan industri pariwisata adalah dengan memanfaatkan kemajuan teknologi informasi dan komunikasi (seperti: *internet of things, cloud computing, big data,* dan *artificial* intelligence) yang dikenal dengan istilah *smart tourism*. Istilah ini sudah mulai banyak diadopsi oleh pelaku industri pariwisata dengan harapan mendongkrak angka kunjungan wisatawan. Bali sebagai destinasi pariwisata andalan di Indonesia, tentunya dituntut untuk fokus dalam merencanakan pembangunan sektor pariwisata kedepannya, baik dalam pengembangan infrastruktur maupun sumber daya manusia. Selain pengembangan pariwisata di Bali Selatan, Gubernur Provinsi Bali berupaya mengembangkan pariwisata di Bali Timur, salah satunya adalah Kabupaten Klungkung (Republika.co.id, 2018). Klungkung terdiri dari empat kecamatan, yaitu Kecamatan Banjarangkan, Klungkung, Dawan, dan Nusa Penida. Pada zaman dahulu, Klungkung merupakan sebuah kerajaan yang sangat terkenal dan merupakan pusat pemerintahan di Bali, namun saat ini Klungkung mulai dilupakan, tenggelam dalam pembangunan Bali dengan pariwisatanya yang terus berkembang. Salah satu peristiwa puncak sekaligus akhir dari kejayaan Klungkung adalah peristiwa Perang Puputan antara Kerajaan Klungkung dengan Pasukan Belanda.

Bupati Klungkung, Bapak Nyoman Suwirta pada tahun 2016, telah berupaya mengembangkan program *smart city* untuk membangkitkan pariwisata di Kota Semarapura. Adanya wisata sejarah, wisata alam, wisata kerajinan, dan kearifan lokal menjadikan Kota Semarapura sangat berpotensi untuk dikembangkan sebagai daerah tujuan wisata. Sejalan dengan hal tersebut, Pemerintah Kabupaten Klungkung yakin bahwa pengembangan *smart city* ini dapat menimbulkan dampak positif, baik dari segi ekonomi, lingkungan, dan sosial budaya. Dari segi

ekonomi, yaitu meningkatkan kesejahteraan masyarakat dengan membuka lapangan kerja bagi masyarakat lokal, dari segi lingkungan, meningkatkan perhatian pemerintah dan masyarakat terhadap usaha kebersihan lingkungan, dan dari segi sosial budaya, yaitu adanya pemberdayaan kearifan lokal yang menyebabkan terjadinya penggalian nilai-nilai budaya asli untuk dikembangkan dan dilestarikan. Dengan demikian pola kebudayaan tradisional seperti tempat-tempat bersejarah, monumen-monumen, kesenian, dan adat istiadat akan tetap terpelihara dan lestari sesuai dengan program *United Nation World Tourism Organization* (2017) dalam Widhiarini (2018), dimana pengembangan pariwisata harus memperhatikan aspek keberlanjutan (*sustainability*).

Sampai saat ini upaya yang dilakukan pemerintah belum mendapatkan hasil yang optimal. Berdasarkan wawancara dengan beberapa pengelola destinasi wisata menyatakan bahwa belum adanya informasi yang jelas, seperti papan penunjuk destinasi wisata maupun informasi mengenai objek-objek yang ada, menimbulkan kebingungan bagi wisatawan dalam memutuskan kemana untuk pergi, atau apa yang harus dilakukan dalam suatu keterbatasan ruang dan waktu. Selain itu, program Semarapura *city tour* belum sepenuhnya dapat menarik wisatawan. Seperti yang dinyatakan oleh Bapak Adi selaku pemandu wisata *city tour* kunjungan wisatawan untuk melakukan *city tour* masih minim. Hal ini diduga karena belum adanya keanekaragaman paket wisata. Seperti yang dinyatakan Putra, et al., (2017), semakin banyak warisan budaya yang dapat diidentifikasi dan disiapkan untuk dikunjungi, semakin menarik paket *city tour* di mata wisatawan.

Wisatawan pada umumnya memerlukan informasi dari pemandu wisata atau informasi yang termuat dalam peta atau buku panduan wisata. Namun, di era milenial ini informasi panduan wisata mulai bermetamorfosis menjadi suatu aplikasi yang mudah diakses wisatawan. Dalam hal ini erat kaitannya dengan *smart tourism* yang memungkinkan wisatawan menggunakan media digital dalam menjelajahi atau mengeksplorasi destinasi wisata. Menteri Pariwisata, Arief Yahya mengatakan bahwa digital merupakan aspek penting dalam promosi setiap destinasi wisata. Oleh sebab itu, diperlukan suatu upaya untuk merevitalisasi

program *city tour* melalui pengembangan paket wisata berbasis kearifan lokal dalam mendukung *smart tourism* di Kota Semarapura.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan, rumusan masalah dalam penelitian ini, yaitu: (1) Bagaimana indentifikasi potensi pengembangan paket wisata berbasis kearifan lokal dalam mendukung *smart tourism* di Kota Semarapura?, (2) Bagaimana strategi pengembangan paket wisata berbasis kearifan lokal dalam mendukung *smart tourism* di Kota Semarapura?

1.3 Tujuan Penulisan

Tujuan penelitian ini yaitu: (1) Untuk indentifikasi potensi pengembangan paket wisata berbasis kearifan lokal dalam mendukung *smart tourism* di Kota Semarapura, (2) Untuk mengetahui strategi pengembangan paket wisata berbasis kearifan lokal dalam mendukung *smart tourism* di Kota Semarapura.

1.4 Manfaat Penulisan

Manfaat dari karya tulis ini adalah :

1) Sebagai bahan rekomendasi untuk pemerintah Kabupaten Klungkung dalam mengembangkan pariwisata di Klungkung.
2) Memberikan sumbangan pemikiran dan alternatif untuk program integrasi dalam pelayanan pariwisata di Klungkung

1.5 Metode Penulisan

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif yang memadukan input data kualitatif dan kuantitatif sekaligus *(mix method).* Data kualitatif tersebut akan diolah menjadi data kuantiatif dengan menggunakan analisis IFAS, EFAS, dan SWOT, dimana hasil analisisnya kemudian disimpulkan kembali melalui penjabaran hasil analisis berbentuk kualitatif. Data primer dikumpulkan melalui teknik pengumpulan data: (1) Observasi partisipatif ke tujuh belas destinasi wisata yang ada di Kabupaten Klungkung, (2) Wawancara mendalam dengan delapan informan, terdiri dari pengelola destinasi wisata di Kabupaten Klungkung, Kepala Desa Wisata Pakse Bali, Kepala Desa Wisata Kamasan dan pemandu wisata Semarapura *City Tour*, dan (3) Penyebaran angket kepada *stake holder* dan responden menyangkut pemberian bobot dan rating untuk mengkaji

faktor internal (kekuatan dan kelemahan) dan eksternal (peluang dan ancaman). Sedangkan data sekunder dikumpulkan melalui studi dokumentasi terhadap dokumen, foto, video, literatur, dokumen, data kunjungan, jurnal penelitian ilmiah, penelitian terdahulu, dan dari situs internet yang ada relevansinya dengan penelitian ini. Selanjutnya, data dianalisis dengan teknik analisis deskriptif kualitatif, analisis IFAS *(Internal Strategic Factors Analysis Summary)*, analisis EFAS *(Eksternal Strategic Factors Analysis Summary)*, dan analisis SWOT *(Strength – Weakness – Opportunity – Threat)* untuk menentukan strategi prioritas yang dapat digunakan dalam pengembangan paket wisata berbasis kearifan lokal di Kota Semarapura.

BAB II

TELAAH PUSTAKA

3.1 Paket Wisata

Paket wisata merupakan suatu perencanaan mengenai kegiatan wisata yang akan dilakukan oleh wisatawan, dimana telah disusun dan dijual dengan harga yang telah ditetapkan. Adapun gagasan tersebut didukung oleh penelitian Suwantoro (dalam Fiatiano, 2009) dimana diutarakan bahwa manfaat dari adanya paket wisata yaitu agar perjalanan wisata menjadi nyaman, aman, dan dapat dijual maka dari itu dikemas menjadi suatu paket wisata dimana harganya telah mencakup biaya perjalanan, hotel, ataupun fasilitas lainnya yang memberikan kenyamanan bagi pembelinya.

3.2 City Tour

Menurut Permen Dagri No. 2 Tahun 1987 tentang Pedoman Penyusunan Rencana Kota, bahwa pengertian kota yaitu pusat pemukiman dan kegiatan penduduk yang mempunyai batasan wilayah administratif yang diatur dalam peraturan perundangan serta pemukiman yang telah memperlihatkan watak dan ciri kehidupan perkotaan. Di sisi lain, *tour* atau dapat juga disebut wisata, menurut Undang – Undang RI Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisataan dijelaskan bahwa wisata adalah kegiatan perjalanan yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang dengan mengunjungi tempat tertentu untuk tujuan rekreasi, pengembangan pribadi, atau mempelajari keunikan daya tarik wisata yang dikunjungi dalam waktu sementara. Berdasarkan hal tersebut, dapat dinyatakan bahwa *city tour* adalah perjalanan yang dilakukan untuk tujuan rekreasi khususnya di pusat pemukiman ataupun penduduk di perkotaan.

3.3 Smart Tourism

Menurut Piu Liu dan Yuan Liu (dalam Farania, et al., 2017), pariwisata cerdas (*smart tourism*) erat kaitannya dengan kota cerdas (*smart city*), karena pariwisata cerdas muncul dari konsep kota cerdas yang bergantung pada infrastruktur dan penguatan keterkaitan setiap sub-sistem pada kota cerdas serta keterkaitan antar sistem kota cerdas sehingga mampu memperkaya konsep kota cerdas itu sendiri. Oleh sebab itu, dapat dikatakan bahwa *smart tourism* merupakan salah satu pilar

dalam konsep *smart city*. Adapun tujuan utama dari *smart tourism* adalah memanfaatkan sistem untuk meningkatkan pengalaman wisata dan meningkatkan efektivitas pengelolaan sumber daya guna memaksimalkan daya saing dan kepuasan konsumen sekaligus menunjukkan kesinambungan dalam jangka waktu yang panjang. Disisi lain, Himawan (2009) dalam tulisan yang berjudul *E-Tourism*: Antara Konsep dan Implementasi dalam Mendukung Industri Pariwisata Indonesia, mengutarakan bahwa keberadaan wisata digital di Indonesia merupakan suatu konsep yang baru dan masih belum mendapatkan perhatian penuh dari beberapa pihak. Meskipun pada hakikatnya, internet memiliki peran yang tidak dapat terpisahkan dalam perkembangan teknologi, terutama dalam bidang pariwisata. Sehingga, hubungan antara internet dan *handphone* sebagai alat komunikasi sangat besar untuk dapat dikembangkan dalam suatu model aplikasi yang dapat bermanfaat bagi masyarakat. Dalam hal ini, adapun konsep *smart tourism* yang dimaksud yaitu dengan membuat suatu paket wisata berbasis kearifan lokal menggunakan media digital.

3.4 Kearifan Lokal

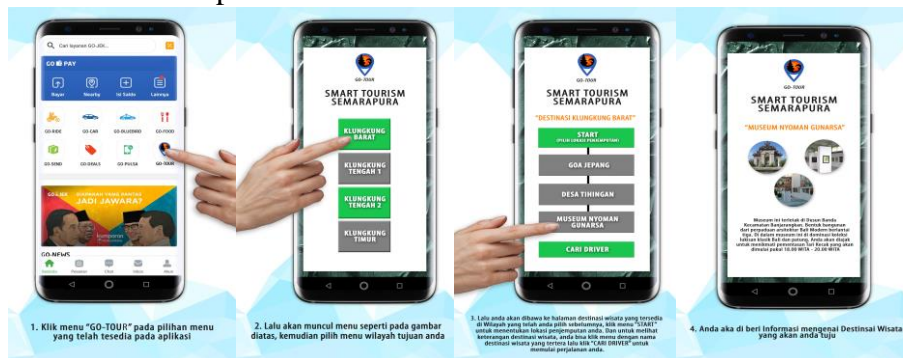
Secara umum makna kearifan lokal (*local wisdom*) dapat dipahami sebagai gagasan – gagasan setempat (*local*) yang bersifat bijaksana, penuh kearifan, bernilai baik, yang tertanam, dan diikuti oleh anggota masyarakatnya (Qodariah dan Armiyati, 2013). Kearifan lokal adalah nilai yang dianggap baik dan benar sehingga dapat bertahan dalam waktu yang lama dan bahkan melembaga (Kasanah, 2013). Nilai kearifan lokal erat kaitannya dengan kehidupan masyarakat, dimana nilai – nilai tersebut biasanya diwariskan secara turun temurun dan telah menjadi bagian dari gaya hidup yang mempengaruhi seluruh aspek kehidupan masyarakat (Kebayantini, et al., 2017). Adapun fungsi kearifan lokal meliputi: (1) Konservasi dan pelestarian sumber daya alam, (2) Pengembangan sumber daya manusia, (3) Pengembangan kebudayaan dan ilmu pengetahuan, (4) Petuah, kepercayaan, sastra dan pantangan, (5) Bermakna sosial misalnya upacara integrasi komunal/kerabat, (6) Bermakna etika dan moral, (7) Bermakna politik (Sartini, 2006 dalam Qodariah dan Armiyati, 2013).

BAB III
DESKRIPSI PRODUK

3.1 Spesifikasi Produk

Paket Wisata berbasis kearifan lokal melalui penggunaan media digital, yaitu fitur “Go-*Tour*” dirancang dengan tujuan memudahkan data *base* kunjungan wisatawan, mengurangi penggunaan lahan parkir, dan memperkenalkan daya tarik wisata yang berpotensi namun belum berkembang di Klungkung. Spesifikasi Go-*Tour* dalam hal ini berbasis digital dengan memanfaatkan aplikasi ojek *online*. Dengan mengaplikasikannya menjadi salah satu fitur pada aplikasi Go-Jek.

3.2 Rancangan Produk

Paket wisata berbasis kearifan lokal merupakan revitalisasi dari paket wisata *city tour* di Semarapura yang mendukung pengembangan program pemerintah Kabupaten Klungkung, yaitu *smart city* di Kota Semarapura. Keterbatasan lahan parkir dan kurangnya fasilitas akomodasi untuk menampung banyaknya wisatawan, bukanlah penghalang pengembangan wisata di Klungkung. Dengan adanya kerjasama pemerintah Klungkung dengan perusahaan ojek *online* melalui aplikasi Go-Jek, dapat memberikan solusi yang tepat dalam mengaplikasikan *smart tourism* di Semarapura.

Gambar 1. Penambahan fitur *Go-Tour* pada aplikasi Go-Jek.

BAB IV
HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Teridentifikasinya Potensi Pengembangan Paket Wisata Berbasis Kearifan Lokal dalam Mendukung *Smart Tourism* di Kota Semarapura

Berdasarkan hasil observasi, telah teridentifikasi tujuh belas potensi wisata di Kota Semarapura yang dapat menjadi daya tarik wisata dalam mengembangkan paket wisata berbasis kearifan lokal dalam mendukung *smart tourism* meliputi : Goa Jepang, Museum Nyoman Gunarsa, Desa Tihingan, Monumen Puputan Klungkung, Kertha Gosa, Museum Semarajaya, Pura Taman Sari dan Penataran Agung, Desa Wisata Kamasan, Pura Dasar Gelgel, Pura Watu Klotok, Bendungan Tukad Unda, Pura Goa Lawah, Desa Kusamba, Desa Paksebali, Bukit Belong Gunaksa, Puri Agung Klungkung, dan Pasar Klungkung.

Dalam menentukan strategi dan konsep pengembangan *smart tourism* dengan merevitalisasi *city tour* melalui paket wisata digital, terlebih dahulu dilakukan analisis faktor-faktor internal dan eksternal. Berdasarkan hasil analisis faktor internal dan eksternal, dapat dijabarkan kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman *smart tourism*, revitalisasi *city tour* melalui paket wisata digital.

Tabel 1. Pembobotan, Rating, dan Skor IFAS

	Faktor Internal	**Bobot**	**Rating**	**Skor**
No	**Kekuatan (S)**			
1	Kearifan lokal yang masih terjaga pada Desa Wisata di Kabupaten Klungkung	0,11	4	0,44
2	Kota Semarapura menawarkan segala bentuk wisata seperti wisata alam, wisata sejarah, wisata spiritual dan wisata kerajinan	0,11	4	0,44
3	Kota Semarapura merupakan pusat pemerintahan di Bali pada zaman penjajahan Belanda	0,08	3	0,24
4	Kota Semarapura menjadi pusat perdagangan kerajinan terbesar di Bali	0,1	4	0,4
5	Kota Semarapura memiliki program *smart city*	0,1	4	0,4
	Total			1,92
No	**Kelemahan (W)**			
1	Kurangnya kesadaran masyarakat lokal dalam pengembangan Paket Wisata Digital	0,1	2	0,2
2	Kurangnya atraksi wisata pada daerah tujuan wisata	0,11	3	0,33
3	Kurangnya pemasaran dan promosi terhadap paket wisata *city tour* yang telah diterapkan	0,1	3	0,3
4	Pemerintah Klungkung sudah memiliki Aplikasi sendiri yaitu Klungkung CCTV dan Klungkung *Tourism* namun belum berjalan efektif	0,07	3	0,21

5	Kurangnya lahan parkir pada destinasi wisata	0,12	2	0,24
Total		1,00		1,28

(Sumber : Olahan data peneliti, 2019)

Tabel 2. Pembobotan, Rating, dan Skor EFAS

Faktor Internal		**Bobot**	**Rating**	**Skor**
No	**Peluang (O)**			
1	Memudahkan promosi dikarenakan bekerjasama dengan perusahaan ojek *online* yang sangat terkenal di Bali	0,11	4	0,44
2	Tingginya minat wisatawan eropa terhadap wisata edukasi	0,11	3	0,33
3	Belum ada daerah lain yang menerapkan Paket Wisata Digital	0,10	3	0,30
4	Adanya program pengembangan wisata digital Kementrian Pariwisata Indonesia	0,10	3	0,30
5	Karakteristik wisatawan yang menyukai hal instan dan segala sesuatu menggunakan *smartphone*	0,10	3	0,30
Total				1,67
No	**Ancaman (T)**			
1	Berkembangnya paket wisata lain yang meningkatkan persaingan	0,10	2	0,20
2	Perkembangan globalisasi yang mengakibatkan budaya dan kearifan lokal mulai ditinggalkan	0,11	2	0,22
3	Masyarakat yang cenderung menganggap pariwisata sebagai sektor unggulan yang mengakibatkan sektor lain mulai ditinggalkan	0,09	3	0,27
4	Pesatnya perkembangan biro perjalanan wisata	0,10	2	0,20
5	Adanya persepsi wisatawan yang menyatakan bahwa wisata sejarah kurang menarik	0,08	2	0,16
Total		1,00		1,05

(Sumber : Olahan data peneliti, 2019)

Berdasarkan hasil analisis IFAS dan EFAS, dari posisi titik berdasarkan total skor faktor-faktor internal dan faktor-faktor eksternal, didapatkan strategi prioritas seperti pada Matrik SWOT berikut.

Tabel 3. Matrik SWOT

Kuadran	Posisi Titik	Luas Matrik	Ranking	Strategi Prioritas
1	1,67;1,92	3,21	1	Growth
2	1,67;1,28	2,14	2	Stabilitas
3	1,05;1,92	2,02	3	Penciutan
4	1,05;1,28	1,34	4	Kombinasi

(Sumber : Olahan data peneliti, 2019)

Berdasarkan hasil analisis SWOT, dapat dilihat pada Matrik SWOT, matrik yang paling luas terletak pada kuadran I, yaitu Peluang dan Kekuatan. Strategi prioritas yang dapat dilakukan adalah dengan meningkatkan Kekuatan untuk mendapatkan Peluang pada posisi *Growth* (Perkembangan). Wulandari, et all., (2016) menyatakan bahwa strategi *Stable Growth Strategy*, strategi pertumbuhan

stabil dimana pengembangan dilakukan secara bertahap dengan target disesuaikan dengan kondisi saat ini serta lebih mengutamakan pada faktor-faktor kekuatan yang dimiliki berupa pengembangan secara bertahap dalam rangka meraih peluang-peluang yang ada. Berdasarkan kondisi di lapangan, *Stable Growth Strategy* diterapkan secara umum dengan prioritas pengembangan *smart tourism*, dengan merevitalisasi *city tour* melalui pengembangan paket wisata berbasis kearifan lokal adalah sebagai berikut:

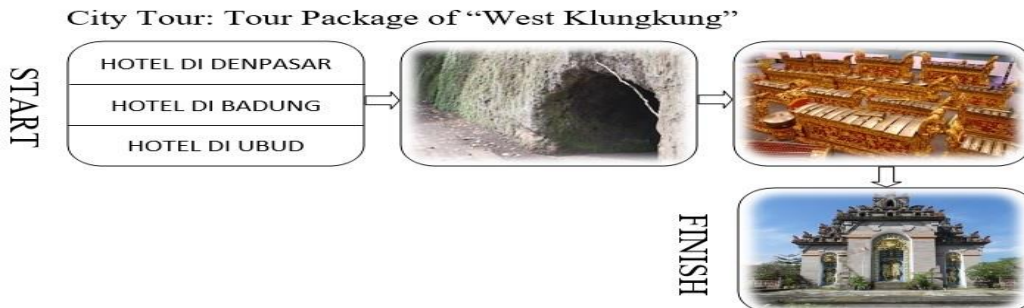
1. Mempertahankan budaya dan kearifan lokal seperti keberadaan pasar tradisional, pemeliharaan sarana dan prasarana pasar tradisional dan keberadaan kerajinan-kerajinan.
2. Perlunya keterbukaan manajemen dalam pengelolaan paket wisata digital dan peningkatan kemampuan sumber daya manusia di Kabupaten Klungkung terutama di desa wisata dalam bentuk pelatihan.
3. Paket wisata digital akan dikembangkan sesuai dengan jenis wisatanya dan disesuaikan dengan kebutuhan dan keinginan wisatawan seperti mengelompokkan wisata sejarah menjadi satu paket khusus wisata sejarah.

4.2 Strategi Pengembangan Paket Wisata Berbasis Kearifan Lokal Dalam Mendukung *Smart Tourism* Di Kota Semarapura.

Strategi pengembangan yang dimaksud adalah dengan merevitalisasi paket *city tour* Klungkung. Wisatawan asing dan domestik lebih dominan tinggal di wilayah Denpasar seperti Sanur dan sekitarnya, Kabupaten Badung, dan daerah Ubud yang berjarak 29 km dari destinasi wisata Klungkung (Putra, et al., 2017). Wisatawan cenderung berkunjung ke destinasi wisata yang lebih jauh, yang menjadi peluang Kota Klungkung untuk memikat wisatawan datang berkunjung. Pemilihan paket wisata dilakukan dengan pertimbangan daya tarik, lokasi, durasi waktu, dan aksesibilitas sehingga *city tour* menjadi aktifitas yang menyenangkan. Sebagai langkah awal, disusun empat paket wisata digital sebagai berikut:

Paket Wisata Klungkung Barat

Paket wisata Klungkung Barat dimulai dari wisatawan berangkat dengan memanfaatkan aplikasi Go-Jek, menuju Goa Jepang, Desa Tihingan, berakhir di

Museum Gunarsa. Pada masing-masing lokasi, wisatawan diberikan waktu 1 jam sampai 1 jam 30 menit.

Gambar 2. *Tour Package of West Klungkung*.

Keterangan Gambar (dari kiri atas sesuai dengan tanda panah, dari *start* ke *finish*): Hotel di daerah Denpasar/Badung/Ubud, Goa Jepang, Desa Tihingan, Museum Nyoman Gunarsa. Estimasi harga dari wilayah Ubud Rp 150.000/orang, wilayah Denpasar Rp 200.000/orang, wilayah Badung 250.000/orang. (Sumber: Dokumentasi Peneliti, 2019 dan Dokumentasi Internet).

Menuju kawasan wisata Goa Jepang yang terletak di Dusun Koripan, Desa Banjarangkan. Goa ini merupakan peninggalan Jepang sekitar tahun 1941-1942. Perjalanan dilanjutkan menuju Desa Tihingan, ±3 km ke arah Barat Kota Semarapura. Wisatawan dapat melihat proses pembuatan gamelan. Setelah itu, wisatawan menuju Museum Gunarsa di Dusun Banda, menyaksikan koleksi lukisan klasik Bali dan patung, dengan nuansa bentuk bangunan tingkat tiga yang merupakan perpaduan arsitektur Bali Modern. Wisatawan juga dapat menikmati pementasan tari kecak yang akan dimulai pukul 18.00 Wita - 20.00 Wita.

Paket Wisata Klungkung Tengah 1

Paket wisata Klungkung Tengah terbagi menjadi dua, dikarenakan pertimbangan daya tarik, lokasi, estimasi waktu yang diberikan untuk mengeksplor daerah ini berkisar 1 jam sampai 1 jam 30 menit. Di awali dengan mengunjungi Puri Agung Semarapura yang terletak di pusat Kota Semarapura. Wisatawan diberikan informasi terkait keberadaan *Kulkul Pajenengan* yang diyakini masyarakat setempat jika *Kulkul* berbunyi secara gaib maka akan terjadi musibah. Berlanjut ke Kertha Gosa dengan waktu ± 2 menit dari Puri Agung Semarapura. Pemandu lokal akan memberikan informasi sejarah Kerajaan Bali.

Gambar 3. *Tour Package The Middle of Klungkung 1*.

Keterangan Gambar (dari kiri atas sesuai dengan tanda panah, dari *start* ke *finish*): Hotel di daerah Denpasar/Badung/Ubud, Puri Agung Klungkung, Kertha Gosa, Museum Semarajaya, Pasar Klungkung. Estimasi harga dari wilayah Ubud Rp 175.000, wilayah Denpasar Rp 225.000, wilayah Badung Rp 275.000 (Sumber: Dokumentasi Peneliti, 2019 dan Dokumentasi Internet).

Di dalam Kertha Gosa akan ada pementasan sejarah pemerintahan Klungkung hingga terjadinya Perang Puputan yang menjadi akhir kejayaannya yang ditampilkan dari pukul 09.00 sampai 10.00 Wita. Selanjutnya wisatawan mengunjungi Museum Semarajaya dengan berjalan kaki. Wisatawan akan disambut sebuah bangunan megah bergaya arsitektur Belanda dan dipadukan dengan arsitektur tradisional Bali yang dibangun oleh pemerintah Belanda setelah runtuhnya Kerajaan Klungkung pada tanggal 28 April 1908. Terakhir, wisatawan diajak berjalan kaki untuk mengunjungi Pasar Klungkung yang terletak di sebelah timur Kertha Gosa.

Paket Wisata Klungkung Tengah 2

Berawal dari Monumen Puputan Klungkung yang terletak di jantung Kota Semarapura. Wisatawan dapat melihat diorama mengenai perjuangan rakyat Klungkung dalam menghadapi Belanda pada Perang Puputan. Estimasi waktu ± 30 menit hingga 1 jam. Berlanjut ke Pura Taman Sari yang terletak di Banjar Sengguan, berjarak ± 0,5 Km dari jantung kota Semarapura ke arah timur laut. Dengan pemandangan yang menarik, pura ini merupakan peninggalan bersejarah dari zaman Majapahit yang terlihat dari lambang ukirannya. Pura Penataran Agung erat kaitannya dengan Pura Besakih. Pada areal Pura sering menjadi latar belakang tempat pertunjukan Barong bagi wisatawan. Pada saat ini pura tersebut sedang direnovasi. Tujuan selanjutnya yaitu Desa Wisata Kamasan dengan waktu tempuh 15 menit. Desa Kamasan terkenal dengan pembuat barang-barang seni

hasil kerajinan yang erat kaitannya dengan upacara keagamaan. Wisatawan dapat diajak untuk melihat proses pembuatan lukisan khas kamasan yang sangat terkenal, ukiran dari selongsong peluru, perhiasan emas, perak dan perunggu. Salah satu kerajinan yang terkenal saat ini adalah Uang Kepeng dan Kain Tenun. Selanjutnya menuju Pura Dasar Gelgel yang terletak di Desa Gelgel. Estimasi waktu yang diperlukan untuk sampai ke Pura ini adalah 7 menit. Pura Gelgel merupakan Pura Kahyangan Jagat, dan setiap *piodalan* (Pemacekan Agung), Umat Hindu dari segala penjuru datang melakukan persembahyangan. Daya tarik dari lingkungan pura ini adalah dari arsitektur *pelinggih* dan tugu yang masih kuno/ tua peninggalan pada zaman dahulu.

City Tour: Tour Package "The Middle of Klungkung 2"

START

HOTEL DI DENPASAR

HOTEL DI BADUNG

HOTEL DI UBUD

FINISH

Gambar 4. *Tour Package The Middle* of Klungkung 2.

Keterangan Gambar (dari kiri atas sesuai dengan tanda panah, dari *start* ke *finish*): Hotel di daerah Denpasar/Badung/Ubud, Monumen Puputan Klungkung, Pura Taman Sari dan Penataran Agung, Desa Wisata Kamasan, Pura Watu Klotok, Pura Dasar Gelgel, dan Pasar Klungkung. Estimasi harga dari wilayah Ubud Rp 150.000, wilayah Denpasar Rp 200.000, wilayah Badung Rp 250.000. (Sumber: Dokumentasi Peneliti, 2019 dan Dokumentasi Internet).

Perjalanan selanjutnya yaitu menuju Pura Watu Klotok. Pura ini merupakan tempat yang terletak di pinggir pantai ± 5 km ke arah selatan dari kota Semarapura dan membutuhkan waktu 6 menit dari Pura Gelgel. Pura Klotok ini berfungsi memohonkan kemakmuran bagi hasil bumi baik sawah maupun ladang. Berlanjut ke destinasi terakhir, yaitu Pasar Klungkung. Wisatawan dapat berkuliner dengan mencoba makanan tradisional khas Klungkung, seperti mie koples dan serombotan.

Paket Wisata Klungkung Timur

Menyusuri daerah wisata Klungkung Timur, wisatawan akan disambut dengan kemegahan Bendungan Tukad Kali Unda yang merupakan salah satu sungai terbesar di Bali. Berjarak 1 km dari pusat kota dengan panorama yang indah dapat digunakan sebagai spot foto bagi wisatawan. Wisatawan juga dapat menikmati makanan khas Klungkung yang tersedia di rumah Makan Kali Unda. Waktu yang disarankan ± 1 hingga 2 jam. Dari Bendungan Tukad Kali Unda menuju Desa Paksebali yang telah resmi menjadi Desa Wisata sesuai Peraturan Bupati No 2 Tahun 2017 pada 19 Januari 2017. Wisatawan akan dimanjakan dengan adanya wisata sosial, budaya, dan alam.

City Tour: Tour Package of "East Klungkung"

Gambar 5. *Tour Package of East* Klungkung.

Keterangan Gambar (dari kiri atas sesuai dengan tanda panah, dari *start* ke *finish*): Hotel di daerah Denpasar/Badung/Ubud, Bendungan Tukad Unda, Desa PakseBali, Bukit Belong Gunaksa, Pura Goa Lawah, Desa Kusamba. Estimasi harga dari wilayah Ubud Rp 165.000, wilayah Denpasar Rp 215.000, wilayah Badung Rp 265.000. (Sumber: Dokumentasi Peneliti, 2019 dan Dokumentasi Internet).

Berlanjut ke destinasi berikutnya, yaitu Bukit Belong Gunaksa. Perlu waktu 15 menit dengan jarak 3 km dari Paksebali menuju Bukit Belong ini. Dengan menempuh jarak ± 150 meter dengan berjalan kaki, wisatawan akan sampai di atas perbukitan. Bukit Belong menawarkan panorama indah yang dapat dijadikan obyek foto bagi wisatawan. Destinasi wisata selanjutnya yaitu Pura Goa Lawah yang merupakan pura dengan kelelawar yang bergelantungan pada dinding goa, menjadi daya tarik tersendiri bagi wisatawan untuk mengunjunginya. Dari Pura Goa Lawah, destinasi terakhir yaitu Desa Kusamba yang terkenal akan pertanian garamnya, dapat menarik wisatawan untuk mengunjungi para petani garam serta mendapatkan melihat secara langsung mengenai proses pembuatan garam.

BAB IV
SIMPULAN DAN REKOMENDASI

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil dan pembahasan, telah teridentifikasi tujuh belas potensi wisata di Kota Semarapura yang dapat menjadi daya tarik wisata untuk mengembangkan paket wisata berbasis kearifan lokal dalam mendukung *smart tourism*. Adapun strategi pengembangan yang dilakukan yaitu revitalisasi *city tour* dengan mempertahankan budaya dan kearifan lokal melalui pengembangan paket wisata digital. Pemberdayaan masyarakat lokal dan kemitraan bersama Go-Jek diharapkan membawa dampak positif terhadap masyarakat lokal baik dari segi lingkungan, ekonomi maupun sosial budaya. Adapun peningkatan kemampuan sumber daya manusia akan dikembangkan lagi dalam bentuk pelatihan, dan paket wisata digital akan dikembangkan lagi dengan mengelompokkan jenis wisata berdasarkan kebutuhan dan keinginan wisatawan.

5.2 Rekomendasi

Berkaitan dengan strategi pengembangan paket wisata digital, diharapkan agar masyarakat lokal dapat bekerja sama dan menjalin komunikasi yang baik dengan pengelola daerah tujuan wisata serta dengan Pemerintah Kabupaten Klungkung, sehingga revitalisasi paket wisata berbasis kearifan lokal dapat berjalan dengan efektif.

DAFTAR PUSTAKA

Farania, A., Hardiana, A., & Putri, R. A. (2017). Kesiapan Kota Surakarta dalam Mewujudkan Pariwisata Cerdas (*Smart Tourism*) Ditinjau dari Aspek Fasilitas dan Sistem Pelayanan. *Jurnal Fakultas Teknik Universitas Sebelas Maret*, 12 (1), 36-50.

Fiatiano, E. (2019). *Perencanaan Paket Wisata atau Tur*. Surabaya: Universitas Airlangga.

Himawan, H. (2009). E-Tourism: Antara Konsep dan Implementasi dalam Mendukung Industri Pariwisata di Bali. *Seminar Nasional Informatika 2009 (semnasIF 2009)*. Yogyakarta: Universitas Pembangunan Nasional Veteran Yogyakarta.

Kasanah, H. N. (2013). *Mengungkap Nilai – Nilai Kearifan Lokal dalam Festival Malang Kembali Sebagai Upaya Pelestarian Budaya Bangsa*. Malang: Universitas Negeri Malang.

Kebayantini, N. L., Jayantiari, I. G., Arjawa, I. G., Erviantono, T., Pascarani, N. N., Noak, P. A., et al. (2017). *Kontribusi Nilai Kearifan Lokal Bali Bagi Perumusan Etika Penyelenggaraan Pemilu di Indonesia*. Bali: Universitas Udayana.

Putra, I N. D., Syamsul A.P., Widiastuti. (2017). Denpasar Heritage Track: Revitalisasi Paket Wisata Denpasar City Tour. Jurnal Kajian Bali, 7(2). 42

Qodariah, L. & Armiyati, L. (2013). Nilai – Nilai Kearifan Lokal Masyarakat Adat Kampung Naga Sebagai Alternatif Sumber Belajar. *Jurnal Ilmu – Ilmu Sosial Universitas Muhammadiyah*, 10 (1), 10-20.

Widhiarini, N. M. A. N., Oktaviani, P. E. & Permanita, N. P. F. D. (2018). *Arsitektur Tradisional Bali Pada Bangunan Puri Sebagai Daya Tarik Wisata Minat Khusus Dalam Mendukung Pengembangan Pariwisata di Bali.* Sekolah Tinggi Pariwisata Bali Internasional.

Widjaja, A. E., Hery & Riswan E T. (2016). Meningkatkan Potensi Pariwisata Danau Toba Melalui Konsep Smart Tourism: Aplikasi dan Tantangannya. *Prosiding Seminar Nasional Inovasi dan Teknologi Informasi SNITI- 3.*

Wulandari, W., Sodik & Rahayu, Y.I. (2016). *Analisis Swot Terhadap Sikap Perilaku Konsumen dalam Memutuskan Berbelanja di Pasar Tradisional Program Revitalisasi*. Seminar Nasional dan Gelar Produk.

Yolanda, Friska. 2018. Bali Target Pertumbuhan Ekonomi Tujuh Persen. https://republika.co.id/berita/ekonomi/korporasi/18/10/01/pfwuje370-bali-target-pertumbuhan-ekonomi-tujuh-persen. diakses tanggal 18 April 2019.